

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN**

#### **A. Paparan Data Penelitian**

##### **1. Profil Kabupaten Trenggalek**

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Trenggalek, yang merupakan salah satu Kabupaten yang ada di wilayah Provinsi Jawa Timur. Kabupaten Trenggalek terletak pada lintang  $111^{\circ}-24'$  -  $112^{\circ}-11'$  bujur timur dan  $7^{\circ}-53'$  -  $8^{\circ}-34'$  lintang selatan. Secara geografis, Kabupaten Trenggalek merupakan salah satu kabupaten yang ada di pesisir pantai selatan dan mempunyai batas wilayah. Sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Ponorogo, Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Tulungagung, Sebelah selatan berbatasan dengan Samudera Hindia dan Sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Pacitan. Luas wilayah Kabupaten Trenggalek mencapai 426,140 Ha, dimana  $\frac{2}{3}$  bagian luasnya merupakan pegunungan, luas laut 4 mil dari daratan seluas  $711,17 \text{ Km}^2$  dan terbagi menjadi 14 kecamatan 152 Desa dan 5 Kelurahan dan juga ada sekitar  $\pm 15$  industri usaha.

Kabupaten Trenggalek merupakan kabupaten yang memiliki beragam jajanan khas yang lain dengan daerah lainnya. Misalnya seperti alen-alen yang tak pernah akan ditemui di daerah lainnya, misalkan memang ada jajanan alen-alen ditempat lainnya akan tetapi rasanya tak akan pernah sama dengan alen-alen yang ada di kabupaten Trenggalek. Begitu juga dengan jajanan khas kabupaten Trenggalek lainnya seperti tempe keripik dan juga manco yang sangat terkenal di kabupaten Trenggalek ini.

Sebenarnya ada banyak pelaku UMKM yang bergerak di bidang tersebut dan juga bisa dilihat dari berbagai faktor, akan tetapi peneliti memilih ke tiga objek tersebut dilihat dari segi lokasi yang mana UD. Rara terletak di lokasi pedesaan yang agak kedalam. Untuk UD. Nabila terletak di pinggir jalan raya lintas provinsi. Sedangkan untuk KWT “Krida Puspita” terletak di lokasi pegunungan yang mana sulit dijangkau oleh masyarakat luas. Alasan peneliti memilih berdasarkan lokasi karena mengingat bahwa Trenggalek belum bisa dikatakan kota yang maju, serta dataran yang ada di kabupaten Trenggalek sebagian besar adalah pegunungan. Dari penelitian ini kita bisa melihat bagaimana pendapatan ekonomi di kabupaten Trenggalek, khususnya di UMKM sentra jajanan khas di kabupaten Trenggalek ini dengan berbagai lokasi, dan juga meskipun lokasinya di daerah terpencil atau pegunungan.

## **2. Profil Obyek Penelitian**

### **a. UD. Rara Jajanan Khas Trenggalek**

UMKM yang bernama Rara ini terletak di Desa Wonorejo Kecamatan Gandusari Kabupaten Trenggalek ini adalah UMKM yang menjual berbagai macam jajanan khas Trenggalek. Tidak hanya itu, UD.Rara ini juga memproduksi sendiri beberapa produk jajanan yang dijualnya.UD. Rara dirikan sekitar tahun 1970-an dengan satu macam produk yaitu manco, yang pemasarannya belum bisa kontinyu karena terkendala produknya yang masih satu jenis. Manco adalah jajanan khas Trenggalek yang terbuat dari adonan tepung ketan atau tepung beras,

digoreng garing dan dibalut dengan gula merah yang lengket manis dengan permukaan yang ditaburi dengan biji wijen atau kroto. Pemilik sekaligus pengelola UD.Rara adalah bapak Asrori, UMKM ini adalah usaha keluarga yang telah turun temurun yang didirikan oleh Orangtua dari Bapak Asrori.

Meskipun UMKM ini berdiri cukup lama sekitar tahun 1970-an, akan tetapi UMKM ini memiliki P-IRT pada tahun 2008, serta legalitas resmi pada tahun 2011 yang dibarengi dengan penambahan produk yang hingga sekarang ada sekitar 15 produk yang dipacking, ada 2 produk unggulan yang ada di UMKM ini yaitu: Manco dan Tempe Kripik. Modal awal yang diperlukan dalam pembuatan Legalitas dan sebagainya sekitar Rp 50.000.000,00, yang setelah itu mulailah UMKM ini berani memasarkan dan mengenalkan nama UMKM ini di masyarakat luas.<sup>55</sup>

#### **b. Kelompok Wanita Tani (KWT) Krida Puspita**

UMKM yang bernama Mitra Barokah ini ternyata adalah UMKM milik Kelompok Wanita Tani (KWT) Krida Puspita yang diketuai oleh ibu Murtini, yang berdiri pada tahun 2008 dan beralamatkan di Desa Jombok Kecamatan Pule. Sedangkan produk yang dijual adalah hasil olahan / produksi dari anggota KWT. Modal di KWT ini masih pasang surut dan sempat fakum pada sekitar tahun 2014 s.d 2016 bangkit lagi dan segera mengurus perizinan usaha. Dan setelah itu tergabung di DISKOMINDAG pada tahun 2017 sebagai salah satu UMKM binaan

---

<sup>55</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Asrori selaku pemilik dan pengelola UMKM Rara pada tanggal 02 April 2018.

KOMINDAG, menjadi salah satu produk jajanan khas Trenggalek yang dijual di Alfamart Trenggalek, yang mempunyai sekitar 5 macam jenis produk diantaranya yaitu: kripik bothe, kripik ketela, tiwul instan, enting-enting jahe, dan juga olahan dari bahan dasar mlinjo.<sup>56</sup>

### **c. UD. Nabila Oleh-Oleh Khas Trenggalek**

UMKM yang bernama Nabila Oleh-Oleh ini bertempat di Jl. Raya Bendorejo, Kabupaten Trenggalek yang menjual berbagai makanan oleh-oleh khas Trenggalek. Pemilik UMKM ini bernama Diana Herlianti yang masih dikelola oleh pemiliknya sendiri. UMKM ini berdiri pada awal tahun 2012 dengan modal awal sekitar Rp 10.000.000,00 dengan toko sederhana dengan etalase di depan rumah, yang akhirnya berkembang dan bisa merenovasi depan rumahnya untuk dikembangkan menjadi toko.<sup>57</sup>

## **B. Temuan Penelitian**

Dalam hal ini, peneliti memaparkan temuan-temuan yang berkaitan dengan fokus penelitian pada skripsi ini. Berdasarkan hasil wawancara yang peneliti lakukan di beberapa UMKM di Kabupaten Trenggalek, maka ditemukan adanya beberapa faktor yang sama dan ada pula faktor yang berbeda yang mempengaruhi pendapatan dari berbagai UMKM. Fokus

---

<sup>56</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Murtini selaku ketua KWT Krida Puspita dan pengelola UMKM Mitra Barokah pada tanggal 09 April 2018.

<sup>57</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Diana Harlianti selaku ketua pemilik dan pengelola UMKM Nabila Oleh-oleh Khas Trenggalek pada tanggal 14 April 2018.

penelitian yang ada dalam penulisan skripsi ini ada 2 poin dari permasalahan peneliti yaitu:

### **1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM sentra jajanan khas di Kabupaten Trenggalek**

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti didapatkan informasi tentang faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi pendapatan UMKM di sentra jajanan khas Kabupaten Trenggalek. Ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di sentra jajanan khas Kabupaten Trenggalek. Berikut hasil wawancara peneliti dengan bapak Asrori selaku pemilik UD. Rara, beliau mengatakan:

*“Setiap tahunnya salah satu faktor yang menyebabkan kenaikan pendapatan paling signifikan adalah musiman, musiman ini yang dimaksud adalah ketika musim liburan, ketika musim acara pernikahan atau hajatan dan juga ketika hari raya idul fitri tiba, kalau soal modal, promosi dan lokasi saya kira berpengaruh tidak begitu banyak, jika produk kita sudah dikenal masyarakat dengan cara promosi, maka meskipun di pelosok pasti akan dicari.”<sup>58</sup>*

Hal ini sesuai dengan pernyataan ibu Rofi’ selaku pelanggan UD.Rara yang mengatakan bahwa:

*“iya memang mbak, saya paling banyak belanja jajan disini ketika musim liburan tiba, terutama adalah musim lebaran, karna disini pilihannya beragam, sehingga databng kesini pulang-pulang pasti sudah banyak aneka jajan yang didapatkan. Kalau lagi gk musim-musim liburan atau lebaran gt ya ada tapi gk terlalu banyak sih mbak biasanya saya belinya, mungkin cuma buat buat oleh-oleh saat berkunjung ke sanak saudara saja”<sup>59</sup>*

---

<sup>58</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Asrori selaku pemilik dan pengelola UD. Rara pada tanggal 02 April 2018 pukul 09.00 WIB

<sup>59</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Rofi’ selaku pelanggan UD. Rara pada tanggal 13 September 2018 pukul 09.07 WIB

Hal ini sesuai dengan pernyataan dari ibu Murtini selaku ketua Kelompok

Wanita Tani, beliau mengatakan:

*“Menurut saya, yang selama ini mempengaruhi naik turunnya pendapatan adalah musimnya liburan sekolah, acara mantenan/hajatan, dan juga ketika hari raya idul fitri, tiga musim tersebut pasti akan menaikkan pendapatan yang ada di UMKM ini. Kalau dari segi tempat dan promosi sebenarnya juga berpengaruh, penyebab UMKM ini belum bisa begitu maksimal berkembang adalah karena tempatnya yang cukup pelosok dan sulit dijangkau sehingga belum banyak orang yang mengenal produk kita.”<sup>60</sup>*

Pernyataan ini sama dengan apa yang disampaikan oleh ibu Uliya selaku pembeli di KWT Krida Puspita bahwa:

*“iya benar mbak, saya membeli jajanan disini paling banyak memang hanya pada saat datang musim-musim liburan dan juga lebaran saja. Sebenarnya kadang juga membeli jajanan disini, akan tetapi tidak sebanyak pada saat hari raya tiba.”<sup>61</sup>*

Tambahan dari ibu Diana Harlianti selaku pemilik UD. Nabila:

*“Beberapa faktor yang mempengaruhi naik turunnya pendapatan menurut saya ya musiman yaitu, musim liburan, hajatan pernikahan. Selain itu lokasi juga menentukan, misal lokasi yang strategis akan menghasilkan pendapatan yang lebih besar dibandingkan dengan lokasi yang kurang atau tidak strategis.”<sup>62</sup>*

Kesimpulan dari wawancara di atas adalah faktor utama yang mempengaruhi pendapatan UMKM di Kabupaten Trenggalek di sentra Jajanan Khas Trenggalek adalah peningkatan pendapatan di pengaruhi oleh

---

<sup>60</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Murtini selaku ketua KWT Krida Puspita dan pengelola UMKM Mitra Barokah pada tanggal 09 April 2018 pukul 10.30 WIB

<sup>61</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Uliya selaku pembeli di KWT Krida Puspita pada Tanggal 14 September 2018 pukul 10.06 WIB

<sup>62</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Diana Harlianti selaku pemilik dan pengelola UD. Nabila pada tanggal 14 April 2018 pukul 15.00 WIB

meningkatnya jumlah permintaan akan produk yang dijual pada sekitar akhir tahun dan pertengahan tahun. Karena pada saat itu adalah musim liburan dan juga musim hari raya. Meski faktor-faktor lain seperti modal dan juga lokasi serta promosi itu juga berpengaruh, tapi tidak begitu berpengaruh seperti ada kenaikan produksi yang disebabkan ketika musim liburan dan musim lebaran serta musim pernikahan. Sebab jika nama dari UMKM itu sudah dikenal banyak orang, meskipun jauh dari jalan raya akan tetap dicari.

Pemasaran (promosi) juga sangat berpengaruh dalam menaikkan pendapatan, karena jika tanpa adanya pemasaran, mereka belum tentu bisa mendapatkan konsumen, pemasaran juga sebagai sarana mengenalkan produk mereka agar lebih dikenal lebih banyak konsumen lagi.

Hal ini disampaikan oleh Bapak Meigik Sugiharto, selaku kabag di bidang UMKM di dinas Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan bahwa promosi merupakan faktor yang paling penting dalam meningkatkan pendapatan di UMKM

*“untuk mempromosi sendiri kami selaku pihak pengelola UMKM, memberikan wadah kepada pelaku UMKM untuk memasarkan maupun menitipkan produk hasil olahannya di gedung Gemilang Trenggalek yang merupakan wadah untuk memasarkan hasil olahan pelaku usaha di wilayah Kabupaten Trenggalek. Selain itu kami juga kerjasama dengan Alfamart yang berada di kabupaten untuk ikut memasarkan produk UMKM Kabupaten Trenggalek, tetapi tidak semua UMKM dapat menitipkan hasil olahannya di Alfamart, pelaku UMKM harus melewati beberapa proses seleksi yang sangat ketat, seperti halnya kualitas bahan yang digunakan,*

*tenggang waktu bertahan lama, rasa, harga ,cara packing produk, dan produk yang unik.”<sup>63</sup>*

Hal ini juga disampaikan oleh ketua KWT Krida Puspita dalam promosi juga merupakan faktor utama dalam mempengaruhi pendapatan UMKM. Beliau menjelaskan bahwa:

*“Pihak Komidag memberikan wadah untuk memasarkan produk di **gerai gemilang** dan juga alfamart di wilayah Kabupaten Trenggalek, kami para pelaku UMKM membawa produk olahan masing-masing UMKM untuk ikut seleksi di **gerai gemilang**, kalau tidak salah ada 35 UMKM yang ikut, tetapi hanya 5 UMKM yang produknya dapat dititipkan di Alfamart, dan di seleksi langsung oleh pihak pengelola Alfamart wilayah Kabupaten Trenggalek.”*

Selain di gerai gemilang maupun alfamart, promosi juga dilakukan di acara even-even pameran UMKM di wilayah Kabupaten Trenggalek maupun di Luar Kabupaten Trenggalek, promosi juga dilakukan di media sosial. Hal ini di sampaikan oleh pemilik UD. Rara, bahwa:

*“selain membuka kios di gandusari, menitipkan barang di gerai gemilang dan alfamart, produk olahan UD. Rara juga dipasarkan melalui media sosial, seperti Facebook, instagram dan whatsapp karena dengan media sosial tidak hanya masyarakat yang ada di Wilayah Kabupaten Trenggalek saja yang mengetahui tetapi masyarakat luas bisa mengetahui hasil olahan UD. Rara yang dapat meningkatkan penjualan.”<sup>64</sup>*

Hal ini juga disampaikan oleh ibu Rofi’ selaku pelanggan di UD. Rara yang mengatakan bahwa:

*“rumah saya sebenarnya lumayan jauh dari sini, kira-kira sekitar 30 menit perjalanan, saya tau UD. Rara ini dari akun FB, awalnya sih saya*

---

<sup>63</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Meigik Sugiharto selaku Kabag UMKM Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Dagang Kabupaten Trenggalek pada tanggal 05 September 2018 pukul 10.23 WIB

<sup>64</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Asrori selaku pemilik dan pengelola UD. Rara pada tanggal 02 April 2018 pukul 09.02 WIB



*ragu-ragu dan ternyata tetangga saya sudah ada yang menjadi pelanggan di sini. Setelah saya mencoba untuk membeli produk Rara, sekarang saya setiap mencari jajanan oleh-oleh selalu disini, karna banyak pilihan dan juga kualitasnya bagus, cocok dengan harga dan pelayanannya. Dan satu lagi, tempatnya juga lumayan mudah untuk di jangkau.”<sup>65</sup>*

Lokasi pemilihan tempat juga merupakan faktor pendukung dalam meningkatkan pendapatan UMKM, hal ini dijelaskan oleh pemilim UD.

Nabila, bahwa:

*“kami memilih lokasi yang berada di desa bendorejo yang dekat dengan jalan raya, yang memudahkan para konsumen untuk membeli produk yang kami jual, selain itu tempat yang saya pilih ini merupakan Jalan Raya jalur provinsi yang berada di tengah kota yang selalu dilintasi oleh kendaraan pribadi maupun rombongan, dan juga di lokasi ini termasuk pusat oleh-oleh jajanan Khas Kabupaten Trenggalek.”<sup>66</sup>*

Hal ini disampaikan oleh Ibu Ratna Selaku pembeli di UMKM

Nabila:

*“bahwa pemilihan lokasi yang dekat dengan jalan raya akan lebih memudahkan konsumen untuk membeli jajanan khas Kabupaten Trenggalek untuk oleh-oleh pulang, produk yang di tawarkan pun juga lebih bervariasi dibandingkan dengan yang lainnya.”<sup>67</sup>*

Kesimpulannya faktor utama yang mempengaruhi pendapatan UMKM sentra jajanan khas di Kabupaten trenggalek adalah masalah lokasi dan juga pemasarannya, karena ketika berada dilokasi yang sangat strategis dan dekat dengan jalan raya, maka akan sangat mudah mendapatkan konsumen karna tokonya sangat mudah dijangkau. Sedangkan jika dilihat

---

<sup>65</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Rofi’ selaku pelanggan UD. Rara pada tanggal 13 September 2018 pukul 09.10 WIB

<sup>66</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Diana Harlianti selaku pemilik dan pengelola UD. Nabila pada tanggal 14 April 2018 pukul 15.07 WIB

<sup>67</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Ratna selaku pembeli UD. Nabila pada tanggal 13 September 2018 pukul 15.20 WIB

darisegi pemasarannya, ketika suatu produk bersaing dengan pemasaran yang mengikuti zamannya, maka akan menghasilkan pendapatan yang lebih besar dibandingkan yang tanpa pemasaran atau promosi.

## **2. Tinjauan Ekonomi Islam Terhadap Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pendapatan UMKM di Kabupaten Trenggalek**

Sedangkan jika ditinjau dari segi ekonomi Islam ada beberapa faktor yang mempengaruhi pendapatan UMKM di sentra jajanan khas Kabupaten Trenggalek bisa dilihat dari segi pemasarannya. Hal ini didapat dari hasil wawancara bapak Asrori selaku pemilik UD. Rara, beliau mengatakan:

*“Modal yang paling utama dari seorang pengusaha agar dipercaya konsumen adalah kejujuran dalam segi produk dan pelayanan yang baik. Termasuk juga dalam segi pemasaran, kita sebagai pengusaha tidak boleh memasarkan barang dengan kebohongan agar si konsumen tidak merasa dirugikan. Dan kami pun juga tidak banyak dalam mengambil keuntungan, yang terpenting cukup untuk melanjutkan usaha dan juga cukup untuk menghidupi keluarga. Selain itu, kami juga memperhitungkan zakat niaga, sehingga ketika kami ingin berzakat lebih banyak maka kami juga akan meningkatkan pendapatan kami”<sup>68</sup>*

Hal ini sesuai dengan pernyataan dari ibu Rofi’ selaku konsumen UD.

Rara, beliau mengatakan

*“Menurut saya, pelayanan yang diberikan oleh UD.Rara cukup ramah, produk yang ditawarkan bervariasi dan produknya sangat mudah dijangkau karena sudah tersebar luas di daerah saya, dan mudah ditemukan di media sosial. Promosi yang dilakukan di media sosial, produk yang ditawarkan sesuai dengan aslinya. Rasanya pun juga enak dan nikmat sesuai dengan apa yang di promosikan. Dan di kemasan UD. Rara ini juga sudah tertera P-IRT nya sehingga kami para ibu-ibu tentunya tidak khawatir karna itu sudah pasti aman dikonsumsi.”<sup>69</sup>*

---

<sup>68</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Asrori selaku pemilik dan pengelola UD. Rara pada tanggal 02 April 2018 pukul 09.13 WIB

<sup>69</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Rofi’ selaku pelanggan UD. Rara pada tanggal 13 September 2018 pukul 09.12 WIB

Hal ini juga disampaikan oleh ibu Murtini selaku Ketua KWT Krida Puspita, bahwa usaha yang sesuai dengan prinsip Islam, beliau mengatakan:

*“Dalam usaha kita sebagai umat Islam pastinya berpedoman dengan Syari’ah Islam ya mbak, kalau saya kuncinya adalah do’a dan kejujuran. Tapi yang paling utama dalam menyangkut pendapatan ya kejujuran itu, karena kejujuran adalah sebagai modal kita untuk dipercaya oleh pelanggan. Karena untuk memercayaan pelanggan itu sangat sulit, sehingga kejujuran menjadi faktor utama penentu keberhasilan suatu usaha, apalagi di desa seperti saya ini.”*<sup>70</sup>

Hal ini diperkuat oleh pernyataan konsumen

Menurut ibu Diana Harlianti selaku pemilik UD. Nabila, beliau belum begitu paham mengenai jual beli berdasarkan prinsip syariah, beliau mengatakan:

*“Sebenarnya saya kurang begitu memahami jika menurut istilah Islam itu bagaimana mbak, tapi menurut saya, yang terpenting dari pengusaha adalah kejujuran agar tidak merugikan salah satu pihak, karena misalkan konsumen merasa ditipu atau dibohongi, kemungkinan besar mereka tidak akan mau beli di toko kita lagi.”*<sup>71</sup>

Menurut Bapak Meigik Sugiharto selaku kabag di bidang UMKM di dinas

Koperasi Usaha Mikro dan Perdagangan bahwa:

*“Dalam UMKM di Kabupaten Trenggalek sebenarnya tidak memerlukan label halal dari MUI, karena di Trenggalek, jika sudah ada P-IRT nya masyarakat sudah yakin dengan kehalalannya. Alfamart pun juga tidak mempermasalahkan ada atau tidaknya label halal dari MUI, yang terpenting adalah ad P-IRT nya. Tinggal bagaimana UMKM tersebut jujur*

---

<sup>70</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Murtini selaku ketua KWT Krida Puspita dan pengelola UMKM Mitra Barokah pada tanggal 09 April 2018 pukul 10.40 WIB

<sup>71</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Diana Harlianti selaku pemilik dan pengelola UD. Nabila pada tanggal 14 April 2018 pukul 15.10 WIB

*atau tidaknya. Untuk masalah pemasaran, dari dinas sendiri tidak tahu menahu tentang pemasaran yang dilakukan oleh UMKM tersebut.”<sup>72</sup>*

Kesimpulan dari hasil wawancara diatas faktor utama yang mempengaruhi pendapatan UMKM di Kabupaten Trenggalek di sentra Jajanan Khas Trenggalek jika ditinjau dari segi Ekonomi Islam adalah promosi dan pelayanan dengan jujur dan baik akan membawa pendapatan meningkat. Serta adanya kesadaran untuk menunaikan zakat niaga, karena zakat niaga itu dihitung dari total penghasilan bersih, sehingga dalam pengenaan zakat perniagaan usaha untuk memaksimalkan laba adalah sejalan dengan pemaksimalan zakat. Karena memang pada hakikatnya suatu kejujuran itu sangat penting untuk meningkatkan kepercayaan orang lain kepada kita, begitupun dalam hal promosi kita juga tidak boleh melebih-lebihkan suatu produk yang kita jual agar konsumen kita tertarik, karena itu adalah sebuah kebohongan.

---

<sup>72</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Meigik Sugiharto selaku Kabag UMKM Dinas Koperasi Usaha Mikro dan Dagang Kabupaten Trenggalek pada tanggal 05 September 2018 pukul 10.25 WIB